Documento N.º 05 – La Casa del Duende: Origen, concepto y apropiaciones simbólicas

> *Algunos símbolos nacen. Otros se copian.*
> Pero cuando un símbolo nace con cuerpo, con alma, con intención artística…
> no debería confundirse con su imitación.

Este documento forma parte del *Archivo de Defensa Cultural Independiente* y tiene como objetivo **dejar constancia del origen simbólico y artístico del concepto "La Casa del Duende"**, creado por Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti en Baños de Agua Santa, Ecuador, en el año 2013.

No se trata solo de un nombre, ni de una tienda, ni de un paseo turístico. Se trata de un proyecto artístico sembrado con sentido, desde la escultura, la contemplación y la construcción simbólica de una experiencia vinculada a los duendes como arquetipo y presencia invisible.

En los años posteriores a su nacimiento, este símbolo comenzó a ser replicado por distintos actores —especialmente del sector turístico— que tomaron el nombre, la estética o el discurso sin conexión con su origen ni comprensión de su fondo. Esta práctica, que llamamos **apropiación simbólica**, vacía el sentido de lo que fue una obra viva y lo transforma en producto genérico.

Por esa razón, este documento no pretende polemizar ni reclamar un derecho comercial. Pretende, más bien, **narrar con claridad cómo y por qué nació esta obra**, y advertir qué se pierde cuando un símbolo se repite sin raíz.

Capítulo 1

El origen simbólico del nombre: La Casa del Duende

> *"Duende" no es una criatura. Es una presencia.*
> *Una forma de estar, sin cuerpo visible, pero con fuerza.*

La primera vez que pronunciamos la expresión *La Casa del Duende* no fue como marca, ni como nombre de un lugar físico. Fue como una imagen interna. Una visión que surgía desde lo simbólico. Antes de que existiera un espacio físico, ya existía esa idea: **una casa donde habita lo invisible**.

El nombre está anclado en la etimología misma de la palabra *duende*, que proviene del español antiguo *duen de casa*, es decir, "el dueño de casa". Un ser que no se ve, pero que

está. Que custodia, que habita, que da personalidad al hogar. Esa imagen fue el germen poético de todo lo que vendría después.

En los primeros años de nuestro recorrido por Sudamérica, durante el tránsito por Chile y Argentina, ese concepto comenzó a tomar cuerpo: **crear una obra que no sea solo visible, sino que esté habitada por algo más**. Al llegar a Baños de Agua Santa, en 2012, ese símbolo encontró su lugar.

Nombramos el espacio como *La Casa del Duende* porque no había otra forma de decir lo que queríamos sembrar: **una casa con alma, con historia, con presencia, con duende**. Y no hablamos del "duende" como personaje de caricatura, sino como fuerza vital, como espíritu invisible que anima la materia, como lo entendía Federico García Lorca al hablar del arte con duende.

No hubo estudio de mercado. No hubo intención de atraer turistas. Hubo una certeza: el símbolo estaba vivo, y ese era su nombre.

🌱 Capítulo 2

El proceso de siembra y consolidación en Baños

> *Sembrar no es abrir un local.*
> *Sembrar es dejar algo invisible que empieza a crecer cuando los demás lo ven.*

La Casa del Duende no nació como una tienda, ni como un producto. Nació como una necesidad de dar forma a lo invisible. Cuando llegamos a Baños de Agua Santa en 2012, luego de años de viaje, no había duendes en el imaginario de la ciudad. Nadie hablaba de ellos, y mucho menos se ofrecía una experiencia vinculada al símbolo.

Nos instalamos con nuestras figuras, nuestras esculturas, nuestra visión. Y desde el primer momento, la gente no solo las observaba: las **sentía**. Lo que se produjo fue un encuentro. Un lugar donde el arte, el mito y lo simbólico no estaban explicados: **estaban presentes**.

En 2013 dimos nombre al espacio: *La Casa del Duende*. Ese fue el primer acto de siembra simbólica. A partir de ese momento, el nombre se hizo cuerpo, se imprimió en carteles, se tejió en la narrativa de los visitantes, se volvió referencia en boca de viajeros. Y con el tiempo, se expandió hacia *La Aldea Mágica*, como extensión vivencial de ese mismo símbolo.

Durante esos años, cientos de personas llegaron sin mapa, sin Google, solo por intuición. Algunos decían que habían soñado con el lugar. Otros no sabían explicarlo, pero se sentían "llamados". Ese llamado no era marketing: era símbolo. Era el resultado de haber sembrado con intención, con forma y con alma.

Lo que se consolidó no fue solo un espacio físico, sino un campo simbólico. Un lenguaje invisible que comenzó a resonar en Baños, y que hoy, aunque muchos lo imiten, tiene un origen claro y una raíz profunda.

Capítulo 3

Las apropiaciones simbólicas desde el turismo comercial

> *Cuando un símbolo da fruto, aparecen manos que no sembraron, pero recogen.*
> *No para honrarlo, sino para venderlo.*

A partir de 2017, luego de años de haber sembrado *La Casa del Duende* y consolidado *La Aldea Mágica* como una experiencia artística en Baños, comenzaron a surgir en la ciudad —y luego en otras como Riobamba, Otavalo y Quito— distintos espacios que replicaban el nombre, la estética y el discurso de nuestra obra.

Algunos abrieron locales con el mismo nombre. Otros copiaron nuestras esculturas, nuestras frases, nuestras ideas. Incluso se publicaron contenidos en redes sociales que tomaban partes textuales de nuestras descripciones, atribuyéndolas a otros supuestos "creadores".

Pero no se trató de inspiración. Se trató de **apropiación simbólica**: una toma deliberada de un símbolo ya cargado de sentido, sin haberlo vivido, sin haberlo creado, y sobre todo, sin reconocer su origen.

Los principales responsables de esta apropiación fueron **empresarios turísticos** que, viendo el interés genuino del público por lo que habíamos creado, decidieron replicar el concepto de manera superficial para adaptarlo a sus propios modelos de negocio.
En lugar de construir su propia visión, eligieron copiar lo que ya resonaba.

Usaron el nombre *La Casa del Duende* como si fuera genérico, despojándolo de su raíz simbólica. Algunos incluso intentaron registrar ese nombre en otros contextos o vender productos asociados al "duende" sin comprender su dimensión arquetípica o artística.

Este fenómeno no fue casual. Fue parte de un patrón: **cuando una obra independiente florece sin permiso, sin promoción tradicional y sin concesiones, el sistema comercial busca absorberla, replicarla y vaciarla de contenido.**

A pesar de estas réplicas, el símbolo original sigue vivo. Y este documento existe precisamente para evitar que la historia quede diluida entre copias. Porque un símbolo puede multiplicarse… pero su origen no puede ser borrado.

Capítulo 4

Sembrar no es apropiarse: sobre la ética de lo simbólico

> *No todo el que repite un símbolo lo honra.*
> *No todo el que lo nombra, lo conoce.*
> *Y no todo el que lo copia, lo comprende.*

Crear simbólicamente implica algo más que elegir un nombre o construir una estética. Implica un gesto profundo: **dar forma a lo invisible**, encarnar un sentido, sostenerlo en el tiempo, y dejar que ese símbolo se vuelva experiencia en quien lo encuentra.

Eso fue lo que hicimos con *La Casa del Duende*. No tomamos un concepto armado. Lo nombramos, lo construimos y lo habitamos.
No fue una idea bajada de internet, ni una estrategia comercial: fue una siembra real, artesanal, simbólica, en un territorio donde ese símbolo aún no existía.

En cambio, **la apropiación simbólica ocurre cuando alguien toma ese símbolo ya cargado de sentido —ya sembrado por otros— y lo replica sin haberlo transitado**.
No lo crea: lo adapta.
No lo honra: lo explota.
No lo comprende: lo usa.

Eso fue lo que hicieron varios actores turísticos en Baños y otras ciudades: **replicaron sin raíz**. Usaron el nombre, la estética y los conceptos de nuestro proyecto como si fueran parte del paisaje común, sin referencia, sin memoria, sin alma.

Y aquí es donde entra el acto de escribir este documento. No para denunciar. No para pedir permiso. Sino para **dejar constancia**.
Para que en el futuro, cuando alguien busque entender de dónde surgió *La Casa del Duende*, encuentre esta huella. Y pueda distinguir entre el símbolo que nació con sentido… y las réplicas que solo buscaron resonancia.

Porque en el arte —como en la vida— **el símbolo no es solo lo que se ve. Es lo que se sostiene. Lo que se cuida. Lo que se nombra con respeto.**

Y por eso, **sembrar no es apropiarse**. Sembrar es dejar algo que florece desde lo invisible. Algo que, cuando se copia sin raíz, puede parecer similar… pero nunca es lo mismo.

> Este documento forma parte del *Archivo de Defensa Cultural Independiente* y tiene un solo propósito: **dejar constancia del origen simbólico de La Casa del Duende**, su creación artística en Baños de Agua Santa, y el recorrido que la transformó en una referencia cultural auténtica, antes de ser replicada superficialmente por el turismo comercial.

No se trata de reclamar un símbolo universal. Se trata de recordar **que todo símbolo verdadero tiene un origen, una forma, una intención y un proceso**.

Y que cuando se cuida esa memoria, lo invisible permanece visible, aunque otros intenten repetirlo sin comprenderlo.